

регулирования в рамках одной структуры, снижения регулятивных издержек, предотвращения монополизации рынков и злоупотреблений, связанных с использованием служебной информации и т.д., изменения структуры и объема регулятивных издержек, а также разработку модельных законов, служащих основой для сближения законодательства по фондовому рынку.

ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Юргель Н.В., Гродненский государственный университет
им. Я. Купалы**

Общеизвестно, что Республики Беларусь как и другие бывшие республики СССР и страны Восточной Европы представляют собой экономики переходного типа. Переход к новой экономической системе, базирующейся на рыночных началах, потребовал институциональных изменений в экономике. Среди них – образование новых субъектов хозяйствования, адекватных этой системе.

В условиях плановой экономики главным субъектом выступало государство, а основной формой предприятия – государственное предприятие, которое является просто подразделением в иерархии административного управления национальным хозяйством. В рыночной экономике одно из главных действующих лиц экономической жизни – фирма. Многочисленные производительные единицы в государственном плановом хозяйстве не могут быть определены как фирма, поскольку имевшиеся у них права в подавляющем большинстве случаев сводились лишь к использованию факторов производства. Новые субъекты хозяйствования, адекватные новым экономическим условиям могут быть сформированы двумя основными способами. Во-первых, это реорганизация существовавших ранее предприятий путем их приватизации, преобразования в новые организационно-правовые формы, выделения структурных частей предприятий в самостоятельные хозяйственные единицы. Во-вторых, это создание новых фирм «на пустом месте».

Трансформация государственных предприятий началась ещё во второй половине 80-х годов, когда их директора стали частично использовать права собственности, формально принадлежащие государству. Мировой опыт показывает, что вызревание и организационное оформление предпринимательских функций на предприятии – это сложный и длительный процесс отбора и эволюции. Происходит постепенный процесс отделения предпринимательских

функций от собственности. До приватизации эти функции находились вне поля деятельности советского предприятия, то есть дислоцировались на более высоких уровнях управления экономикой. После приватизации предприятия оказываются отрезанными от них и, как правило, неспособными к их исполнению. Поэтому на приватизированном предприятии уровень управления оказывается заведомо неадекватным новым условиям, т. е. не способным обеспечивать его самостоятельное выживание и развитие [1, с. 15]. Радикальный переход к принципиально иному характеру взаимоотношений предприятий оказался весьма болезненным. В процессе адаптации к новым условиям хозяйствования предприятия используют все возможные методы и их комбинации. При этом происходит интенсивное освоение рыночного стиля поведения.

Отличия в целевой функции, структуре собственности и других параметров функционирования предприятия в командной экономике (предприятие К) и предприятия переходного типа (предприятие П) можно представить в виде таблицы:

Таблица 1.

Критерий сравнения	Предприятие К	Предприятие П
Целевая функция	Выполнение плана с нормальной напряженностью	Выживание предприятия, сохранение трудового коллектива
Структура собственности	Формально–государственная, реально – собственность «контор»	Формально – акционерная, реально–«рекомбинированная»
Характеристика внешней среды	Стабильная	Неопределенная
Факторы, определяющие структуру хозяйственных связей	Все горизонтальные связи осуществляются через вертикальные.	Сохранение сложившихся ранее связей, отказ от поиска новых ввиду высоких транзакционных издержек
Взаимодействие с государством	Подчинение командам планового органа.	Формальная независимость, но государство берет на себя часть обязательств в рамках реальной централизации управления пассивами.

Деятельность предприятия в изменившихся условиях связана с новой ориентацией производства, значительным расширением коммерческой, посреднической и других видов деятельности в

соответствии с требованиями как внутреннего, так и внешнего рынка. Возникают новые, не традиционные для прежней хозяйственной практики задачи, реализуемые в рамках маркетинговой деятельности. Становится необходимым изучение среды, в которой функционирует предприятие и т.д.

Таким образом, эффективность хозяйственной деятельности предприятий в условиях переходной экономики находится под влиянием ряда факторов, в том числе уровня эффективности транзакций для осуществления полноценного рыночного взаимодействия. В отличие от производственных затрат, имеющих место в процессе производства и определяемых внутренними условиями деятельности экономического объекта, они возникают в процессе налаживания отношений между рыночными агентами. Транзакционные издержки отражают ситуацию с использованием прав собственности, эффективности структуры производства и т.д. Транзакционные издержки как издержки экономического взаимодействия охватывают: издержки принятия решений, выработки планов и организации предстоящей деятельности, ведения переговоров о её содержании и условиях (когда в деловые отношения вступают двое или более участников); издержки по изменению планов, пересмотру условий сделки и разрешению спорных вопросов (когда это диктуется изменившимися обстоятельствами); издержки обеспечения того, чтобы участники соблюдали достигнутые договоренности. Уровень ТАИ (транзакционные издержки) определяется особенностями самих совершаемых сделок. Необходимым условием появления новых фирм в постсоциалистической экономики является снятие прежних госограничений на свободу рыночных транзакций.

Микроэкономика традиционно рассматривает фирму так, как если бы все её действия направлялись владельцем – финансирующим дело, организующим и контролирующим необходимые для производства экономические ресурсы, обладающего предпринимательскими способностями. Эта концепция коммерческой фирмы применима к малому предприятию. «Фирма» как крупное, диверсифицированное предприятие, управляемое командой профессиональных менеджеров, имеющих тысячи наемных работников и акционеров – дело совершенно другое.

Рассмотрим концепцию фирмы как малого предприятия (МП). Так называемая малая экономика – важный сектор полноценного рынка. Без малого бизнеса невозможно становление цивилизованной рыночной экономики. В странах, где малые и средние фирмы развиваются десятилетиями, эта сфера экономики устойчиво создает до 50-60 % ВВП. По данным ООН, в мире малым бизнесом занято более 50 % населения, в странах Европейского Союза 2/3 всего трудоспособного населения.

Динамику образования числа малых предприятий за 1997-2002 (январь-июнь) гг. в экономике Беларуси можно представить в виде таблицы:

Таблица 2.

Показатель	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Число МП (1000)	22,3	24,1	26,8	25,7	25,4	24,6
Занятость в МП (1000)	232,1	280,4	326,4	291,2	291,5	285,2
Занятость в МП, % от общей занятости	5,3	6,4	7,4	6,6	6,6	7,9

Источник: Министерство статистики и анализа РБ.

Особенностью преобразований в Беларуси является то, что она пока имеет самый большой госсектор из всех реформируемых государств. Так, например, если в 1999г. доля частного сектора в ВВП Болгарии составляла 50 %, Чехии – 75 %, Венгрии – 50 %, Польши – 65 %, Эстонии – 70 %, то Беларуси – только 20 %. Малый и средний бизнес не имеют свободного входа на рынок, придавлены сотнями инструкций, актов, лицензий. Предприниматель практически беззащитен перед контрольными, налоговыми, таможенными, санитарно-эпидемиологическими и пожарными службами. Введение фискальных норм задним числом, многочисленные перерегистрации субъектов хозяйствования фактически парализуют институт частной собственности.

Эксперты Всемирного Банка в области развития частного сектора отмечают, что сегодня Беларусь по количеству МП является аутсайдером в сравнении с Украиной и Россией. Здесь самый низкий показатель – около 3 малых предприятий на 1 тыс. населения (в Украине – 5, в России – 6) и их количество продолжает снижаться.

Поведение фирмы в условиях переходной экономики объясняется прежде всего той ситуацией, в которой совершается переход к рынку. Показателем рыночной стабильности фирмы является её способность успешно развиваться в условиях изменений внешней и внутренней среды. Таким образом, при исследовании фирмы и её места в рыночной экономике необходимо обратить внимание на внутренние и внешние факторы её деятельности.

В административно – командной экономике поведение предприятия было ориентировано не на внешнюю среду, а на действия вышестоящих органов. Целевая функция предприятия – выполнение плана с нормальной напряженностью, характеристика внешней среды – стабильность. Отсутствовало стремление к увеличению доходности, прибыльности и тем более к созданию или расширению рынка сбыта. Особенности внешней среды в переходной экономике позволяют определить в качестве

основной характеристики – неопределенность экономической ситуации. Высокий риск осуществления деловых операций, потеря старых шаблонов поведения, необходимость, но невозможность быстрой адаптации к новым требованиям рынка ведут к тому, что выживание – существование и целостности как обособленного организма экономики – превращается в главный мотив поведения фирмы.

Фирма как “открытая система”, рассматриваемая в единстве её составных частей, неразрывно связана с внешним миром. Её границы с окружающей экономической средой проницаемы, то есть она неизбежно зависит от информации и других ресурсов поступающих извне. Умение фирмы приспосабливаться к различного рода изменениям – экономическим, технологическим, социальным – являются гарантией не только её выживания, но и процветания. Способность фирмы, существовать, развиваться в изменяющейся внешней среде называется её адаптационной эффективностью. В условиях нестабильности экономики основным моментом, который помогает обеспечить выживание предприятию, является разработка стратегии фирмы. Разработать стратегию – это значит определить её долговременные цели. Различают два типа стратегии оборонительную и наступательную. Оборонительная стратегия состоит в выжидательном поведении фирмы, когда она следит за рынком и своими конкурентами, ждет появления нового продукта и концентрирует свои усилия на производстве его прототипа. Наступательная стратегия предусматривает активное обновление производства за счет инноваций, нововведений, освоения и заполнения рыночной ниши.

Переходный период к рыночной экономике является периодом не только собственно перехода к рынку, но и формирования и становления социально ориентированной рыночной экономики. Это значит, что результаты экономических преобразований следует оценивать исходя не только из экономических, но и социальных критериев. Однако когда ведут речь о «социально ориентированной рыночной экономике», зачастую упускают из виду: она и процесс её становления имеют не только макро–, но и микроаспект.

На макроуровне социальная ориентация экономики задается прежде всего государством. Однако, определенный круг задач придания экономике социальной ориентации непременно решается на уровне отдельной фирмы.

В этой связи есть основания утверждать, что до известного момента социальная направленность в функционировании предприятия является для неё внешним, «навязанным» государством (его социальной политикой) началом; и лишь когда исчерпаны чисто экономические резервы прибыли, фирма начинает осваивать социальный фактор своего развития и переводит его в разряд «внутренних потребностей». Таким

образом, рассмотрение социальных проблем на микроуровне невозможно без привлечения теории фирмы [2, с. 103].

Бизнес никогда не развивается в вакууме. Следовательно, фирмы вовлечены в сферу социальной ответственности. Социологи уже в начале нынешнего столетия отмечали, что каждая фирма обязана нести определенную ответственность перед обществом. Социальная ответственность может быть определена как обязательство организации приносить пользу обществу через использование прибылей от частного бизнеса. В 1919 году ученые впервые высказали мысль о том, что общественность может отвергнуть предпринимательство, если его представители не возьмут на себя часть социальных проблем. В настоящее время социальная значимость малого предпринимательства выражается в создании рабочих мест и поступлений средств в бюджет, позволяющие решать комплекс социальных задач

Таким образом, особенности новых условий хозяйствования не могут не отразиться на поведении фирмы. Другой аспект изменений – пересмотр роли в фирме в новых условиях информационного общества с чрезвычайно сложными социальными, производственными и потребительскими отношениями.

Литература

1. Институциональная экономика: Учеб.пособие / Под рук. акад. Д.С. Львова. М., 2001.
2. Лех Ю. Социальный аспект теории фирмы // РЭЖ. 1996. № 4.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ АВТОМОБИЛЬНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ: ТЕОРИЯ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ В БЕЛАРУСИ

Якубук Ю. П., ИЭ НАН Беларуси

Рынок транспортных услуг занимает значительное место в мировой торговле. По подсчетам Международного Валютного Фонда международные перевозки составляют 7,5 % от общего объема мировой товарной торговли.

Автодорожная сеть мира (с твердым покрытием и усовершенствованные дороги) значительно превосходит по протяженности остальные виды путей сообщения (диаграмма 1).